

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Di dalam era globalisasi seperti sekarang ini lembaga keuangan khususnya dunia perbankan banyak berkembang pesat, Hal ini terbukti banyaknya jumlah bank yang ada di dunia tak terkecuali di Indonesia. Setiap bank memiliki produk-produk unggulan yang masing-masing untuk menarik minat masyarakat dan meningkatkan jumlah nasabahnya.

Hal ini yang mendasari PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan mengeluarkan produk unggulan yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, tingkat keamanan dalam menyimpan uang, bunga yang diberikan tinggi, Selain itu juga memberikan kemudahan dalam mewujudkan impian masa depan masyarakat yang lebih terencana dan lebih pasti serta memberikan manfaat bagi nasabah. Hal tersebut dapat dilakukan apabila pihak bank dapat meningkatkan penjualan produknya dengan pesat. penjualan produk ini tak lepas dari pemasaran yang dilakukan perusahaan dalam menarik masyarakat atau nasabah. Dengan strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan posisi perusahaan dipangsa pasar. Oleh karena itu strategi

pemasaran merupakan bagian yang sangat penting dalam meningkatkan jumlah penjualan dan secara langsung berpengaruh terhadap laba perusahaan.

Banyak program tabungan yang ditawarkan oleh pihak Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan diantaranya Tabungan-Ku, Simpanan Pelajar (SIMPEL), Giro, Tabungan Siklus, Tabungan Simpeda, Jatim Prioritas. Pihak bank harus mengetahui peluang pasar yang dihadapi serta dapat membaca kelebihan dan kekurangan akan produk yang dimiliki sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan membaca setiap peluang pasar agar mendapat posisi yang menguntungkan dan dikenali oleh masyarakat. pemasaran di perusahaan sangatlah bersifat berubah-ubah dalam arti mengikuti perkembangan suatu pasar dan dituntut untuk melakukan berbagai inovasi-inovasi terbaru agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Dalam hal ini pihak produsen atau perusahaan harus bisa merealisasikan apa yang menjadi kehendak konsumen.

Tabungan Siklus salah satu produk yang ditawarkan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan kepada nasabah. Sesuai dengan misi Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan yaitu “memperoleh laba optimal” menyadari akan hal-hal tersebut sebagai lembaga keuangan yang melayani masyarakat sadar dengan apa diinginkan dan dibutuhkan konsumen bukan hanya memprioritaskan keuntungan perusahaan saja tetapi juga harus memikirkan tingkat kepuasan konsumen agar konsumen puas akan pelayanan Perusahaan harus mengetahui

peluang pasar yang dihadapi serta dapat membaca kelebihan dan kekurangan akan produk yang dimiliki sehingga perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, dengan membaca setiap peluang pasar agar mendapat posisi yang menguntungkan dan dikenali oleh masyarakat. Pemasaran di perusahaan sangatlah bersifat berubah-ubah dalam arti mengikuti perkembangan suatu pasar dan dituntut untuk melakukan berbagai inovasi-inovasi terbaru agar konsumen tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Dalam hal ini pihak produsen atau perusahaan harus bisa merealisasikan apa yang menjadi kehendak konsumen.

Untuk mencapai misi dalam pemasaran tabungan siklus pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan menggunakan beberapa strategi dalam menjaring nasabah diantaranya dengan pemberian bunga Tabungan yang tinggi dihitung berdasarkan saldo harian (5,5%), biaya administrasi perbulan Rp7.500,00, biaya administrasi ATM perbulan Rp5.000,00.

Berdasarkan uraian diatas, yang melatar belakangi penulis untuk mengetahui bagaimana rumusan strategi pemasaran yang dilakukan serta bagaimana upaya yang dilakukan agar bisa meningkatkan jumlah nasabah pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan. oleh sebab itu penulis tertarik memilih judul tugas akhir untuk membahas masalah mengenai “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Siklus Pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana syarat dan prosedur pembukaan rekening produk tabungan siklus pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan ?
2. Bagaimana strategi pemasaran produk tabungan siklus pada PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah merumuskan strategi pemasaran program tabungan siklus pada PT. Bank Pembangunan Daerah Tbk. Jawa Timur Cabang Pasuruan melalui analisis SWOT.

D. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, sempurna, dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh sebab itu, penulis membatasi diri hanya berkaitan dengan Analisis SWOT dengan lokasi penelitian di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yaitu :

1. Bagi Bank

Memberikan masukan mengenai empat unsur marketing mix produk tabungan siklus yang membangun PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk. Cabang Pasuruan agar minat masyarakat meningkat.

2. Bagi Peneliti Lain

- a. Untuk bahan acuan serta bahan bandingan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang lebih baik.
- b. Memberikan pengetahuan mengenai strategi pemasaran khususnya pada Tabungan Siklus.